

Активисты движения «ЭКА» пригласили молодежь стать участниками движения «ЭКА» и вместе с нами делать мир экологичным, красивым и альтернативным (5).

Подводя итог, можно сделать следующий вывод:

Социально-культурные акции способны сформировать экологическую культуру — чувство любви и сопереживания по отношению к природе у молодежи через эмоции, которые испытывают участники в ходе участия в этих акциях.

Также необходимо использовать новые формы акций: флеш-мобы, бейн-ринги, квэсты для привлечения внимания молодежи к эко-логическим проблемам.

Социально-культурные акции создают специфическую коммуни-кативную среду, в которой наибольшее развитие получают творческие способности личности, закрепляются умения и навыки; формируется устойчивая мотивация к совершенствованию экологической культуры и постоянному личностному развитию.

Библиографический список

1. Григорьева Е.И. Современные технологии социально-культурной деятельности: Учебное пособие. — М.: Изд. Тамбовского государственного университета имени Г. Р. Державина, 2009.
2. Формирование экологической культуры и развитие молодежного движения / Под. ред. В.М. Захарова. — М.: Акрополь, Центр экологической политики и культуры, Центр экологической политики России, 2008. — 340 с.
3. «ЭКА: зеленое движение России» [Электронный ресурс] : режим доступа: <http://ecamir.ru/news/EKOLOGICHESKIY-FESTIVAL-ZHIZN-V-VIZHENII-v-Permi.html/>

Чудинова Л.И.

Пермская государственная академия искусства и культуры

Мотивация творческих работников в системе менеджмента

The article discusses the theory of motivation, ways to motivate employees creative work, the notions of «motivation»,

«creative work». Shown the importance of motivating artists to improve their performance.

Сфера культуры традиционно объединяла творческих работников: художников, музыкантов, писателей, актеров, для которых одной из главных задач была возможность самореализации. Однако возникшие проблемы мотивации задали новые вопросы: как направить энергию творческих работников, максимально повысить их производительность труда? Что же может сделать менеджмент в условиях, когда многие из творческих работников не могут найти работы или работают, получая зарплату ниже прожиточного минимума? (3; с. 344)

В своей книге «Задачи менеджмента в XXI в.» Питер Друкер наравне с другими вопросами ставит проблему управления производительностью работников умственного труда. Характеристика таких людей, данная в этой книге, может быть применима к работникам творческого труда. Друкер определяет производительность работников умственного труда шестью факторами:

1. Производительность работника умственного труда требует четкого ответа на вопрос: «В чем заключается производственное задание?»

2. Ответственность за производительность целиком возлагается на самого работника.

3. Непрерывная инновационная деятельность должна стать неотъемлемой частью умственной работы и включаться в производственное задание работника умственного труда;

4. Работнику умственного труда надо, с одной стороны, постоянно учиться, а с другой — постоянно учить.

5. Производительность работников умственного труда не измеряется количеством или объемом — во всяком случае, это далеко не самый главный показатель. Зато качеству придается огромное значение.

6. Для повышения производительности работника умственного труда необходимо смотреть на него не как на «издержки», а как на «капитал», и обращаться с ним соответственно. Нужно, чтобы работники умственного труда хотели работать на данную организацию и предпочитали этот вариант

всем прочим возможностям. (1; с. 190-191).

Такую характеристику можно полностью отнести к работникам творческого труда. Поиск новых способов выражения, самосовершенствование и обучение является неотъемлемой частью творчества. Качество творческого продукта — один из важнейших показателей, которому придается значение. Кроме того, творческие способности писателя представляют своего рода «капитал», потенциальный источник дохода. Для работников творческого труда основой является потребность в самореализации (3; с 345).

Поскольку потребности у творческих людей схожи с общими потребностями всех людей рассмотрим уже существующие теории мотивации, хотя необходимо учитывать специфику творческого труда.

Согласно теории «трех потребностей» Д. Макклелланда, работники творческого труда, как и другие, имеют приобретенные потребности. То есть наравне с потребностью в самореализации будут стремиться удовлетворить потребность в успехе, в причастности, во власти.

В соответствии с «двухфакторной мотивационно - гигиенической концепции мотивации» Ф. Герцберга, у работников творческого труда будут вызывать раздражение, неудовлетворенность плохие условия труда, низкая заработная плата, плохие отношения с начальством, коллегами, а мотивировать их будут такие факторы, как признание их достижений, высокая степень ответственности и др.

По «теории ожиданий» В. Врума работники будут выстраивать свое поведения исходя из того, какие затраты труда им придется приложить для достижения результата, какое вознаграждение они получают, и на сколько это вознаграждение привлекательно для них.

Согласно «теории справедливости» С. Адамса, творческие работники будут стремиться получить справедливую оценку своему труду, и будут сравнивать свое вознаграждение с вознаграждением других работников в своей организации (3; с. 347-348).

Сферу культуры традиционно отличает низкий уровень оплаты труда. В организациях культуры для работников

практически отсутствует карьерная лестница. Тем не менее, «компенсацией» можно считать более высокую степень морального удовлетворения от работы. Баумоль и Боуэн называли это «психологическим доходом», к которому можно отнести престиж в обществе, реализацию собственных идей, свободу творчества и другое (3; с. 348).

Подводя итог всего, вышесказанного можно сказать, что вмешаться в процесс творчества менеджмент не может, но создать все необходимые условия для процесса творения возможно, необходимо увлечь творцов идеями, привлечь творческих сотрудников системой ценностей, которые несет их организация. Миссия организации становится важнейшим инструментом мотивации (3; с. 351).

Должна быть решена проблема материального стимулирования сотрудников. Хотя «психологический доход», получаемый творческими личностями, чаще всего компенсирует низкую оплату труда, одной из основных задач менеджмента должно стать стремление обеспечить своим сотрудникам достойный уровень жизни.

Библиографический список

1. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2000.
2. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Менеджмент в сфере культуры. — СПб.: Изд-во «Лань», 2007.
3. Тульчинский Г.Л., Шекова Е.Л. Маркетинг в сфере культуры: Учебное пособие. — СПб.: Издательство «Лань»; Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ, 2009. — 496 с.: ил. — (Учебники для вузов. Специальная литература).

Шифельбейн Р.И.

МАОУ СОШ № 3, п. Полуночное, г. Издель

Колорадский жук на Урале. Миф и реальность

Живя на Северном Урале, не устаю удивляться сюрпризам, которые иногда преподносит нам погода. Так лето 2010